

时装摄影

FASHION PHOTOGRAPHY

董河东 主编



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

时装摄影

FASHION PHOTOGRAPHY

董河东 主 编

董 雪 朱净孺 副主编



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内容提要

本书是作者在总结多年教学经验的基础上精心编写而成,全书共分十二章,第一章对时装摄影做了概述;第二章对时装摄影进行了分类介绍;第三章介绍了时装摄影器材的选择与使用;第四章到第六章从摄影造型语言的角度介绍了时装摄影的特点以及基本拍摄技法等内容;第七章详细地说明了时装摄影的拍摄准备;第八章将时装摄影分为黑白摄影、古典摄影、超现实主义摄影、街头摄影四大主要风格并进行分析总结;第九章从时装摄影的创意构思和创意的表现形式两个方面介绍了创意时装摄影;第十章为时装摄影作品的编辑调整等后期加工内容;第十一章为时装摄影的团队建立;第十二章收入了部分优秀时装摄影作品,作品前卫、时尚,视角独特、新颖,突出地体现了时装的魅力以及摄影师独特的拍摄手法;附录为山东艺术学院摄影专业学生作品,供大家批评指正。

本书文字简洁、条理清晰,具有较强的实用性。可作为高等院校摄影专业教材,也可作为时装摄影爱好者学习的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

时装摄影 / 董河东主编. —北京: 中国电力出版社,
2017.2

ISBN 978-7-5123-9948-8

I. ①时… II. ①董… III. ①时装摄影—摄影艺术
IV. ①J413.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第255105号

中国电力出版社出版、发行

(北京市东城区北京站西街19号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>)

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

各地新华书店经售

*

2017年2月第一版 2017年2月北京第一次印刷

787毫米×1092毫米 16开本 11.75印张 318千字

印数 0001—3000册 定价 42.00元

敬告读者

本书封底贴有防伪标签,刮开涂层可查询真伪
本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版权专有 翻印必究

前言

时装摄影是针对时装或相关时尚为主题而开展的一项摄影活动，它是商业广告摄影的一个种类，属于商业摄影的范畴。从现代传播功能的角度来看，时装摄影也可以称为商业信息传递艺术。

时装摄影通过反映服装的色彩和款式等特点，引发消费者的购买欲望，从而成为传播商品信息、促进商品流通的重要手段。时装摄影的特殊功能是能展现时尚的魅力以及人们在某一时期的穿着方式与审美标准。

人们的审美是在逐步变迁的，大众审美标准、妆容、摄影技巧乃至近年来流行的整形手术都在影响着每个时代的女性以及男性。审美标准也会随着时间而发生改变。时装摄影有时往往被指脱离现实世界，事实上，随着服装行业的不断发展，时装已经不是一种单纯的外表装饰，它已经成为一面反映时代生活的镜子。

时装摄影必须以形象的魅力打动人心——要能引起人们的兴趣，激发人们的欲望，并把人们带入一个梦幻的世界。加拿大著名时装评论家斯多查说：“时装是通过梦想来推销的。”整个时装业的繁荣就是建筑在人们尤其是女性对完美的憧憬与梦想之上的。时装摄影为我们提供了一份独一无二的、有价值的、有关时代风尚、社会生活、人的情感和行为方式的时代记录。

时装摄影对摄影师来说是最严峻的挑战之一，除了具备高超的摄影技术，时装摄影师必须以追求实际的传达效果为目的，要求针对目标市场和目标用户而拍摄制作，必须清晰、准确、富有创意地传达时装信息，注重实效性。时装摄影一直在激烈的市场竞争中起着至关重要的作用，时装摄影技术也显示出越来越重要的地位。

然而，时装摄影要达到的目的通常是具有时限性的，再美的时装也不会永远流行。但就其摄影本质来说，它却具有永恒的魅力。

本书的出版，凝聚着各位参编人员的努力和汗水，也离不开出版社编辑的辛勤付出，在此一并致谢！由于作者水平有限，书中如有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正。

董河东

2016年10月于济南长清湖畔

目 录

前 言

第一章 时装摄影概述

1

第一节 何为时装摄影	1
一、时装摄影的定义	1
二、时装摄影的功能	1
第二节 时装摄影简史	3
一、19 世纪下半叶	3
二、20 世纪初至 20 年代	3
三、20 世纪 30 年代	3
四、20 世纪 40 ~ 50 年代	4

五、20 世纪 60 年代	4
六、20 世纪 70 ~ 80 年代	4
七、20 世纪 90 年代	5
第三节 时装摄影师	6
一、时装摄影师的定义	6
二、时装摄影师的价值	7
三、时装摄影师需具备的能力与素质 ...	8

第二章 时装摄影的类型

10

第一节 报纸杂志类时装摄影	10
第二节 时装广告摄影	11

第三节 婚纱摄影	12
第四节 个人写真	16

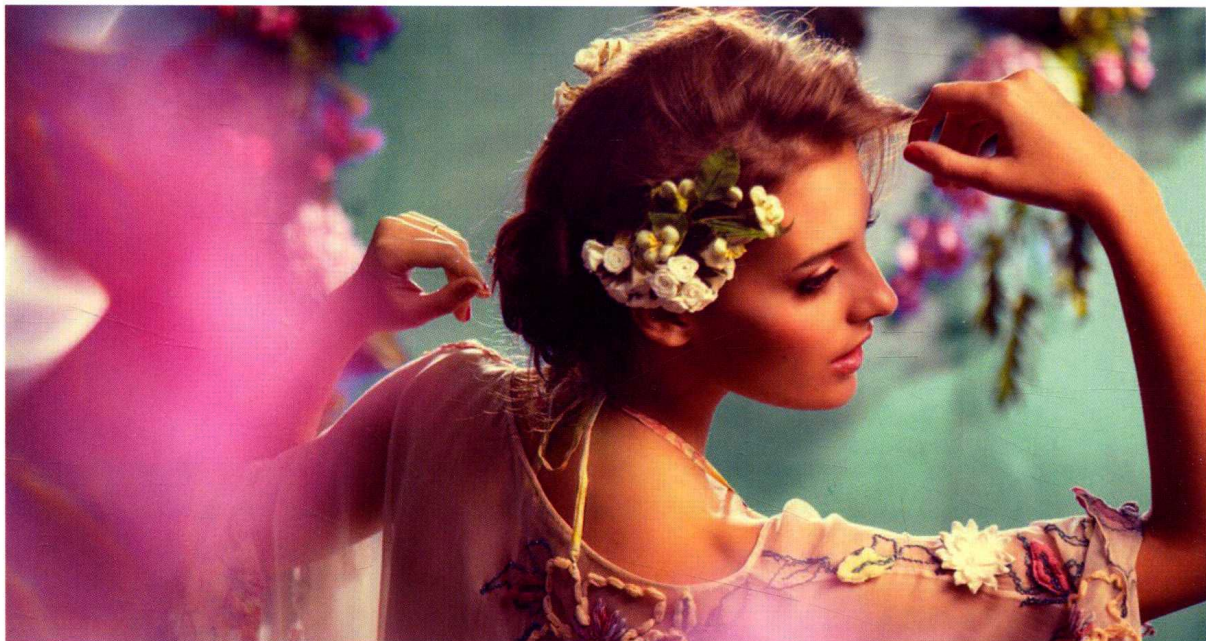
第三章 时装摄影器材的选择与使用

23

第一节 机身的选择与使用	23
一、中画幅相机	24
二、大画幅相机	24
三、数字单反相机	25
第二节 镜头的选择与使用	26
第三节 照明设备与测光表	27

一、灯具	27
二、其他附件	28
三、外景照明器材配备	28
四、测光表	28
第四节 道具与置景的制作	28





第四章 时装摄影的用光

31

第一节	光线的特性	31
一、	光线的特点	31
二、	光线的强度	31
三、	光线的方向	31
四、	色温	32
第二节	时装摄影的曝光与用光技法	32
一、	曝光控制	32

二、	用光技法	33
第三节	自然光下的时装摄影	37
一、	日光影棚	37
二、	户外日光	37
第四节	人造光下的时装摄影	38
一、	硬光	38
二、	柔光	39

第五章 时装摄影的构图

42

第一节	美的形式法则	42
第二节	画面构成的要素及处理	43
一、	主体	44
二、	陪体	45

三、	环境	46
第三节	时装摄影中常用的构图法则	47
一、	人像公式构图法	47
二、	带景艺术构图法	52

第六章 时装摄影的色彩魅力

54

第一节	色彩的感觉	54
一、	色彩的冷暖感	54
二、	色彩的空间感	55
三、	色彩的大小感	56
四、	色彩的轻重感	56
五、	色彩的软硬感	56
六、	色彩的明暗感	57
七、	色彩的强弱感	57
八、	色相的兴奋与沉静感	57
九、	色彩的明快与忧郁感	57

十、	色彩的华丽与朴实感	59
第二节	色彩的联想与象征	59
第三节	时装摄影的色彩搭配艺术	60
第四节	时装摄影中的色彩应用	61
一、	色彩的柔美感的应用	61
二、	色彩的轻重感的应用	62
三、	色彩的软硬感的应用	63
四、	色彩的空间感的应用	64
五、	色彩的大小感的应用	64
六、	色彩的兴奋与平静感的应用	65

第一节 场景搭建.....	67
一、室内场景	67
二、户外场景	68
第二节 色彩与光效	69
一、色彩的具体运用	69
二、用色彩类比突出主体	70
三、用色片突显气质格调	71

四、制造趣味的色彩光效	71
五、用色光增加层次的表现	72
六、改变色彩搭配, 突显别样性格	73
第三节 化妆、发型与饰品	73
第四节 模特的姿态与造型指导	76
一、模特的姿态	76
二、摄影师的造型指导	81

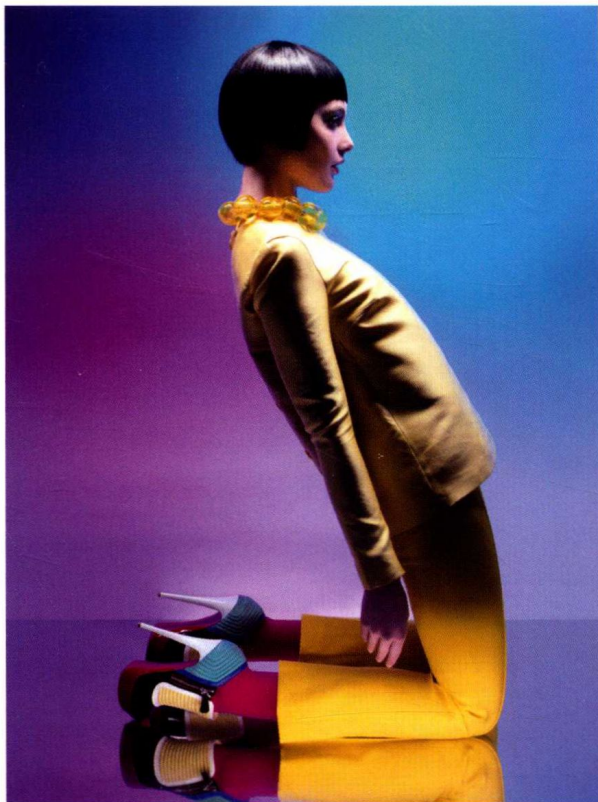
第一节 黑白摄影.....	83
一、黑白照片的特性与功能	83
二、理性进行黑白摄影	83
第二节 古典摄影.....	85
一、古典摄影的特征及拍摄技巧	85
二、古典风格的营造方法	86

第三节 超现实主义摄影	89
一、超现实主义摄影的定义	89
二、超现实主义摄影的表现形式	90
第四节 街头摄影	91
一、街拍的特点与价值	92
二、街拍存在的问题	95

第一节 时装摄影的创意构思.....	97
第二节 创意的表现形式	101
一、摄影中物体的变化	101

二、抽象与隐形	102
三、形状与心象	103
四、交叉互补的创造性思维	104





第十章 时装摄影的后期加工

107

第一节 图片的编辑整理	107
一、后期制作	107
二、子目录编辑	109

三、准备出版	111
第二节 调整色彩平衡	112
第三节 妆容修饰	118

第十一章 时装摄影的团队建立

124

第一节 时装摄影师与时装设计师	124
第二节 时装摄影师与模特	126
一、选择模特	126

二、尊重你的模特	127
第三节 时装摄影师与造型师	128
第四节 时装摄影师与杂志编辑	130

第十二章 时装摄影作品赏析

132

附录 山东艺术学院摄影专业学生作品

148

参考文献

180

第一章

时装摄影概述

第一节 何为时装摄影

一、时装摄影的定义

时装摄影是以时装或相关时尚为主题的摄影。简单地说，时装摄影就是通过摄影的形式，在照片上用影像表现服装的艺术活动，时装摄影是人类服装文化的衍生物，是对服装艺术的再创作，是在二维平面上鲜明地表现服装立体形象的一门艺术。

19 世纪 30 年代，摄影术刚刚诞生，就以其无可比拟的客观真实性赢得了时装界的青睐。从而很快产生了摄影的一个重要门类——时装摄影。

二、时装摄影的功能

时装摄影的特殊功能是能展现时装的魅力以及人们在某一时期的穿着方式。但这个明显而简易的目标却是包含在一种复杂的、难以言述的感受中。时装摄影所表现的时装之美，有时美得惊人，摄人心魄；有时散发着优雅馨郁的芳香；有时情趣诙谐，幽默滑稽。这种美使人感到伸手可及却又仿佛缥缈如幻，可望而不可即。为了追求时髦，服装必须在流行到社会上之前超前拍好，时装摄影正是用这种超前性来影响时装，时装画报上的最新形象吸引着女人的目光，影响着人们对时尚的追求。

时装摄影的另一目的是要描述时装与女人的某种真实性。通常，用来摹画这种真实性的模特儿都是一些时髦女性理想化的视觉形象，而且服装也是经过职业时装编辑精心选配的。所有这些时装摄影所固有的、追求完美的、独断的权威性，使其创造出来的形象注定带有广泛的吸引力。

时装摄影必须以形象的魅力打动人心，要能引起人们的兴趣，激发人们的欲望，并把他们带入一个梦幻的世界。摄影是一种现代人的“鸦片”，而时装摄影，作为其娱乐分支，能在一瞬间改变人们的视觉形象，并把他们带入一个更加吸引人的存在领域。



时装摄影能使人在看过画面形象后,产生一种仿效的冲动,从而推动时装的行销。加拿大著名时装评论家斯多查说:“时装是通过梦想来推销的。”整个时装业的繁荣就是建筑在女性对完美的憧憬与梦想之上的。时装摄影能把女性模糊不清的隐秘梦境变为具体的视觉形象。时装杂志,特别是其主要的构成部分时装摄影,也是造成这些梦境的原因和反映这些梦境的镜子。

第二节 时装摄影简史

时装摄影一开始就是为了商业宣传,为了推销服装而诞生的。从历史上看,大约分为7个阶段。

一、19 世纪下半叶

最早的时装照片摄于19世纪50~60年代,用以表现服装的样式和质地。

1839年,摄影术发明后不久,肖像摄影就占有重要的地位,成为时装摄影的萌芽,真正的时装摄影始于20世纪。

时装摄影的历史不如纪实摄影久远,只是随着时装产业的繁荣应运而生。早期时装摄影的变化更多的是来自于摄影设备的更新和场景的变换,而不在于摄影的形式和内容。在影像上,因为时装模特的加入,才终于突破了时装摄影刻板而单一的格局。

早期时装摄影与特权紧密相连,主要反映上层社会的生活方式和爱好。这一时期的时装摄影虽然起了带头作用,但是在摄影的表现上,还处于“图示”阶段,其目的仅在于清楚地表现模特所穿的衣服,缺乏生活情趣和浪漫情节,因此还没有进入艺术的境界。

二、20 世纪初至 20 年代

这一时期的时装摄影虽然仍以服装刊物插图为主,矫揉造作的摆拍手法仍占主导地位,但最重要的标志在于时装摄影已经开始上升为艺术,有了明显的美学意图。

在许多高级时装的图片中,构思和拍摄手法显得比展示时装更令人注意。

三、20 世纪 30 年代

这一时期时装摄影比较显著的特点,是在形式上效仿超现实主义的绘图风格,但是这种风格后来演变得越来越商业化和平庸,带有一种好莱坞式的浅薄。



彼得·林德伯格 摄

四、20 世纪 40 ~ 50 年代

摄影师将简朴的自然主义风格贯穿于 20 世纪 40 年代的服装摄影之中。这时期的摄影，女性不再被当作客体，而成为自然背景中坚强、精明的主体。

五、20 世纪 60 年代

这一时期的主要特点是色彩元素越来越多地进入到时装摄影之中，出现了许多运用色彩的大师。从整体来讲，时装摄影师所关切的对象已经从娴静、高雅的上层社会“一落千丈”，转变为社会中的各个阶层。

时装摄影作品满足了更为广大的群体的审美需求，从各个方面反映了人们的日常生活、人们的期望以及人们的情绪。

六、20 世纪 70 ~ 80 年代

这一时期出现了两类相反的风格：一类是采用明目张胆的性行为、恐怖气氛以及匪夷所思的反常现象，来营造骇人的效果，即所谓的“酷”；另一类风格则似乎又回归到了时装摄影起步的时期，摄影师们采用戏剧性的照明效果、优雅的姿势和迷人的形象、朦胧的情感和环境来营造梦幻一般的效果，借此引起人们的神秘感和好奇心。

法国《VOGUE》时装摄影师盖伯丁（Guy Bourdin）的作品象征着从 20 世纪 50 ~ 80 年代时装摄影历史的缩影。“那些在不同色彩的沙发上，一双因为超短裙而遮盖不住的玉腿”，便是盖伯丁最著名的影像标志。他的作品展，在当年被《纽约时报》评论说“他让伦敦的夏天陷于影像的记忆中”。



盖伯丁（Guy Bourdin）作品，1978

反映时代的进步，时装摄影的尺度在 20 世纪 70 年代进一步得到解放。不仅模特儿更加开放，摄影师对于传统界线也具有了更大的挑战性。

七、20 世纪 90 年代

这一时期开始出现了更多的大片。所谓的大片意味着大场景、大制作、高投入。越来越多的当代时装摄影师成名于 20 世纪 90 年代，他们拍摄过众多的大牌明星、服务于各种国际顶级品牌、拍摄的场面越来越宏伟离奇。然而，另一方面，社会纪实主义风格也大为盛行。

随着世界经济的发展，当代时装摄影受到政治、经济、文化、艺术等多方面的影响。在表现风格上形式多样。在经过百年的发展之后，时装摄影已从时装中独立出来，不再是时装的辅助工具，不再仅仅是围绕服装而表现，而是更注重对穿着时装的人和文化层面的表达。

随着摄影技术的发展和摄影师对摄影语言的不断突破，特别是数字摄影技术的应用，使当代时装摄影在表现上几乎不受技术条件的制约，时装摄影的表现形式丰富多彩，不仅可以清晰地再现时装，还可以通过各种数字技术对时装摄影照片进行后期处理和编排，使时装的内涵得到更充分的展现。



蒋帅 摄

时装摄影的发展离不开时装业的繁荣，当代优秀的时装摄影师也总是奔走于各大时装之都，法国巴黎、英国伦敦、意大利米兰、美国纽约聚集了世界各地的优秀的时装摄影人才。赫尔穆德·牛顿、威廉·克莱恩、大卫·拉舍贝尔、彼德·林德伯格、斯蒂夫·梅塞儿、尼克·奈特等成为各时装杂志的常客。这些时装摄影师的共同特点是除了掌握精湛的摄影技术外，更重要的是他们对时装摄影具有深刻的认识和独特的理解，在时装摄影的观念上对传统时装摄影有所突破。

第三节 时装摄影师

一、时装摄影师的定义

时装摄影与其他摄影不同，除应具备经验、技巧和艺术造诣外，还要有很高的鉴赏力。一个成功的时装摄影师必须热爱时装。一旦新的时装款式面世，时装摄影师要在公众尚未接受它之前的几个月内开始与之打交道，而不是用上一年时间才能适应它。这种鉴赏力是与生俱来的，缺乏鉴赏力的时装摄影师就只能是个平庸之辈，具备敏锐的鉴赏眼光，他才会艺术上和个人收入上达到理想的高度。



朱灵玉 摄

二、时装摄影师的价值

人类生活离不开服装，服装文化是人类文化的一个重要组成部分。时装摄影就是利用摄影来反映人类的服装文化，它提取了服装文化的主要特征之一——观赏性。

时尚界永远是走在时代的前列的。时装摄影师作为一个服务于时尚行业的创作者，他同样必须拥有一个艺术家的灵魂，并用于敏锐的时尚触觉与创作质感；他们热爱美的事物，善于捕捉细节；他们用自己有思想的影像与时装设计师们共同呈现出每个时代的共同审美喜好，并制造潮流，最终产生能够带动消费的影响。



时装摄影师是时尚行业里举足轻重的重要角色，一位伟大的时装摄影师同时也应该是一位具有思想高度的艺术创作者。时装摄影存在的意义归根结底是通过影像营造一个完美的心理梦境或一种充满诱惑的视觉吸引，通过对销售产品的美化与升华，并通过击中目标人群的消费心理弱点，以最终达到引导消费者产生购买欲望的功能。

时装摄影师其实是一双眼睛，他真实记录着这个行业的发展态势，每一段时间的经典瞬间、思潮形式、流行元素都被一一记录，不管画面里的形式是否是经过修饰的，都是一种当时情景的瞬间，这对于整个时尚潮流的演变无疑是一份珍贵的财富与历史见证。



资料图片

时装本身是作为一种人类的基本生存需求而诞生的，但是随着物质文明的发展，时装的功能性得到了无限的扩展。更加富于美感、设计感的服装成为市场的更大需求。因而时装产业便愈来愈青睐那些能够为其增加艺术气质的手段，摄影师的创作也因此变得更加富有价值。同时，也成为影像存在的巨大历史价值。

三、时装摄影师需具备的能力与素质

时装被誉为“活动的艺术品”，时装艺术被称为“软雕刻艺术”。这就要求从事时装摄影的摄影师除了掌握摄影技术外，还必须具备服装学和美学的知识，换句话说：必须懂得时装。同时，时装摄影又与人像摄影十分相近，拍摄技术相似，使用的器材和场景也几乎相同，所以，从事时装摄影的人还必须对人像摄影的表现技巧有所研究，包括对化妆、发型等知识的了解。

一个优秀的时装摄影师，除了具备较高的摄影专业素质之外，还要有较深的文化修养，洞察力，思想开放，富有创意。在诸多素质中，想象力是第一要素。尽管当前有许多人把朴实简洁作为时装摄影的标志，但每一张照片都会体现出摄影师的想象力。

另外，优秀的时装摄影师对任何服装的优点都会有一种天然的感知，只要拿起一件衣服，他就可以马上意识到它不同于其他类似服装的地方。时装摄影师们通常把这种意识称之为对服装的“感觉”。“感觉”包含的内容很多，首先，它使得摄影师能够根据服装的类型来选择合适的背景。第二，它是灯光配置的关键。“感觉”是一些摄影师的本能，只能从经验中获取。但是，一个时装摄影师要从默默无闻到声名鹊起，就非得有这种“感觉”不可。



资料图片

现在的国内时装摄影师一般是从服装设计、美编、绘画等行业转型而来，或者从商业人像摄影转过来的。这些人对时尚非常敏感，总是走在流行的前端。很难想象一个没有经过专业教育、很少接受现代信息的摄影师，能够拍出好的时装摄影作品。只有对生活充满了渴望与激情，掌握现代科学知识，善于思考，再加上能够很好地运用摄影技术，才能拍摄出富有创意的经典时装摄影作品。